

2025年度消費者志向自主宣言活動報告書 (フォローアップ)

2025年4月1日～2026年3月31日

2026年8月
日本ハム株式会社



たんぱく質を、もっと自由に。

Nipponham Group Vision 2030

当社概要

商号	日本ハム株式会社
本社	大阪市北区梅田二丁目4番9号ブリーゼタワー
代表取締役社長	前田 文男
設立年月日	1949年5月30日
資本金	36,294百万円(2026年3月31日現在)
売上高	単体:864,637百万円 連結:1,457,391百万円(2026年3月期)
事業内容	食品の製造・販売 等
従業員数	単体:1,944人 グループ合計:25,873人(2026年3月/平均臨時雇用者数含む)
事業所	自社農場:148ヶ所 製造拠点:81ヶ所 物流・営業拠点:226ヶ所 研究・検査拠点:2ヶ所(2026年4月1日現在)

企業理念

1. わが社は、「食べる喜び」を基本のテーマとし、時代を画する文化を創造し、社会に貢献する。
2. わが社は、従業員が真の幸せと生き甲斐を求める場として存在する。

行動指針

食を通して社会に貢献するニッポンハムグループの一員として、自覚と誇りを持って行動する。

私たちは、

1. 常にお客様の立場で考え、行動する。
2. 社会からの信頼に対して誠実に行動する。
3. 時代の変化を先取りし、積極果敢に挑戦する。
4. 高い目標を持ち、熱意と創意工夫でやり遂げる。
5. 自己を磨き、互いを高め、結束して事にあたる。

経営トップのコミットメント

ニッポンハムグループは、企業理念に「食べる喜び」を基本のテーマとして掲げています。「食べる喜び」とは食を通してもたらされる「おいしさの感動」と「健康の喜び」を表しており、これは人々の幸せな生活の原点だと考えています。その企業理念のもと、私たちは NI（ニッポンハムグループ アイデンティティ）に則り事業活動を行っています。NI の行動指針の1番目に「常にお客様の立場で考え、行動する」ことを謳っています。これは、お客様視点が“私たちの仕事の出発点”であると考えているからです。グループ役職員一人ひとりの仕事がお客様につながっていることを常に忘れず、双方向でのコミュニケーションを軸として、お客様の期待を超える商品やサービスを提供することにより、持続可能な社会の実現に寄与してまいります。

日本ハム株式会社
代表取締役社長
前田文男

お客様対応方針

1. 「お客様の声」を真摯に受けとめ理解し、品質向上をはじめとする、より価値ある商品・サービスに反映するように努めます

お客様からいただいた電話・Eメール等貴重な情報やご意見は、グループ社内で速やかに共有し、商品・サービス・品質の向上に活かすよう努めます。

2. お客様視点で考え行動する組織風土・意識を醸成します

すべてのグループ役職員がお客様の視点で考え行動する企業風土を確立するため、「お客様視点を醸成するための活動」を継続して実施していきます。お客様から直接ご意見を伺う機会が少ない部門においても有意義な活動を実施します。

3. お客様にとって役立つ情報を積極的に提供します

栄養成分・調理方法などの表示や広告表現について、正確な表示とわかりやすい表現を推進していきます。また、お客様サービス室を通じた電話、手紙、Eメール等の双方向コミュニケーションに加え、ホームページや SNS などの情報拡充に努めます。

4. お客様の権利を保護するため、関連法規・企業倫理、社内の自主基準を遵守します

消費者基本法をはじめ、お客様に関係する法令、ルール、社内で定めた自主基準をよく理解して遵守します。

5. 未来へ向けてもっと自由な発想で、たんぱく質の可能性を広げていきます

たんぱく質供給グループとして、次世代を見据え、環境・社会に配慮した商品・サービスを提供し続けていきます。また、ニーズの変化に合わせた多様な食の選択肢を創造し、「食べる喜び」を提供していきます。

内閣府特命担当大臣表彰受賞

消費者庁が主催する「令和7年度消費者志向経営優良事例表彰」において、最高賞である内閣府特命担当大臣表彰を受賞しました。

ニッポンハムグループでは、これまでに(1)食物アレルギー対応商品・検査キットの開発(2)外食チェーンと共同でのアレルギー対応メニューの開発(3)国内唯一の食物アレルギー特化型財団の設立などに取り組んでまいりました。今回の受賞は、消費者や関係者との長期的な対話を通じて食物アレルギー対応製品の開発を進め、共創を実践し続けていること、財団設立や教育活動など社会全体で支える仕組みづくりに寄与していることなど、約30年の取り組みの歴史における食物アレルギー分野での先駆的な取り組みが、消費者庁より高く評価されたものです。



2026年2月19日に行われた表彰式の様子
(左は、黄川田仁志内閣府特命担当大臣)



HDI格付けベンチマークにて8年連続で最高評価の『三つ星』を獲得

HDI-Japan(運営会社:シンクサービス株式会社)が主催するHDI格付けベンチマークの「問合せ窓口(電話)部門」において、8年連続で最高評価の『三つ星』を獲得しました。

今回の評価では、豊富な知識と経験をもとに迅速な回答を行うだけでなく、顧客の要望や問合せ背景を汲み取り、ニーズにあったプラスαの情報を提供するなど、高い顧客体験価値を創出している点が高く評価されました。



受賞したお客様志向推進部
お客様サービス室のメンバー(一部)



<HDI-Japanについて>

HDI-Japanとは、ITサポートサービスにおける世界最大のメンバーシップ団体であるHDIの日本における組織です。HDI格付けベンチマークは、調査対象企業を三つ星～星なしの4段階で格付けします。格付けはHDIの国際標準に基づいて設定された評価基準に沿って、審査員が顧客の視点で評価します。

お客様対応方針 1

「お客様の声」を真摯に受けとめ理解し、品質向上をはじめとする、より価値ある商品・サービスに反映するように努めます

お客様とのコミュニケーション

消費者志向経営を推進するため、消費者の声を「聴く」「知る」「活かす」のコミュニケーションサイクルを循環させ、消費者の満足度向上と商品・サービスの改善につなげます。

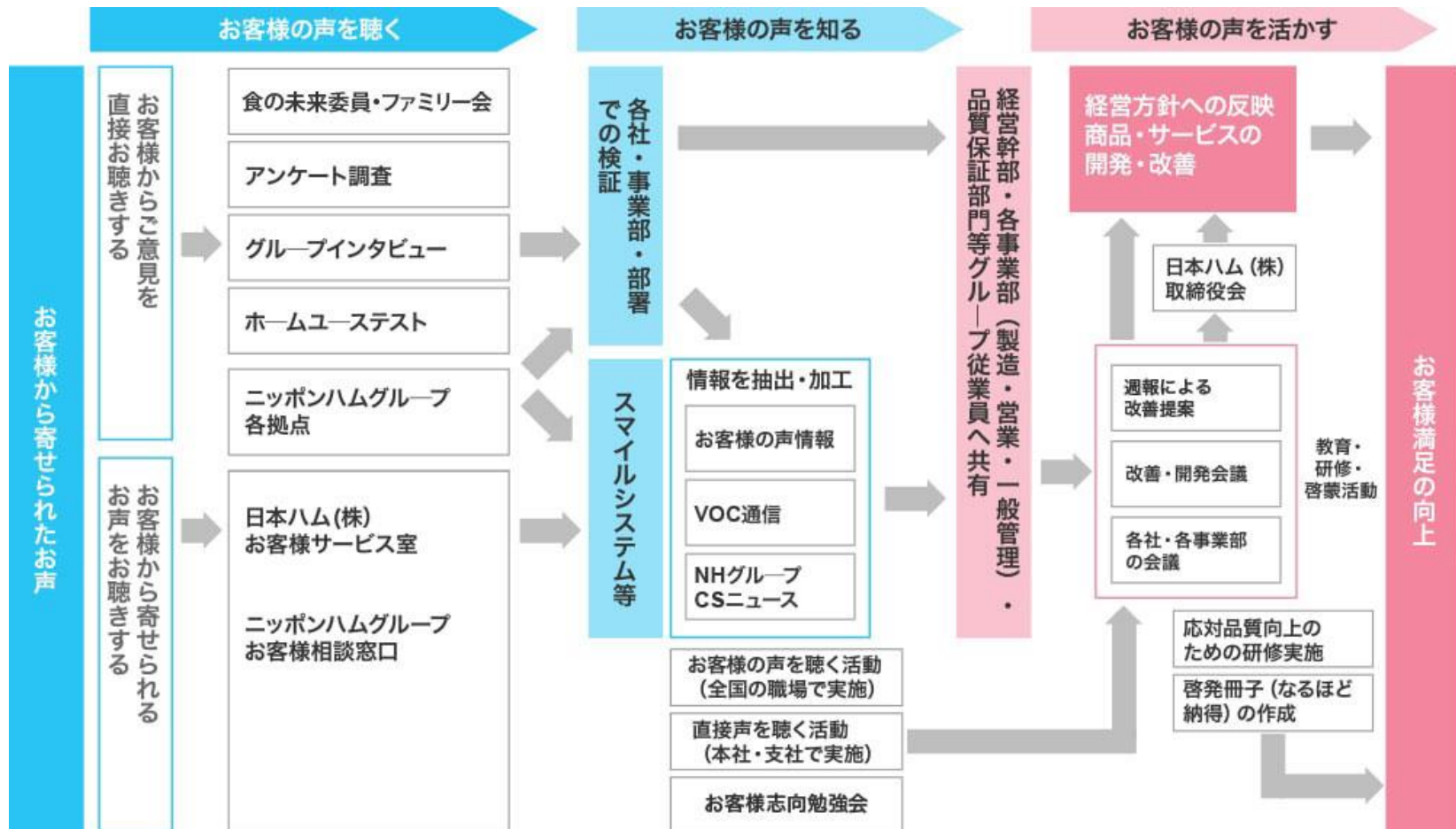


《詳細はこちらから》

[聴く知る活かす～お客様とのコミュニケーション～](#)

お客様の声を事業に反映する体制

お客様相談窓口を電話・メール・手紙等の受付方法で開設し、お客様の声を事業に反映する体制を構築しています。いただいたご指摘やお問合せは日本ハム(株)お客様志向推進部やニッポンハムグループ各社のお客様相談窓口が中心に対応し、お客様の声を活かす「VOC活動」を従業員および経営層に展開しています。



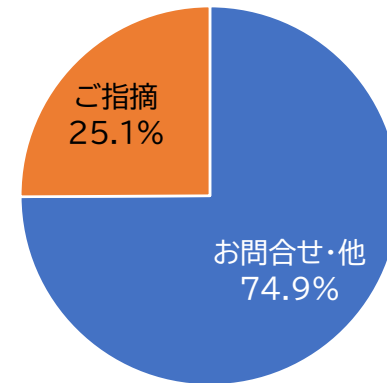
お客様相談窓口の対応

お客様の不安や不満を的確に捉え、安心や満足に変えることができるよう、迅速かつ丁寧なお客様対応を実践しています。

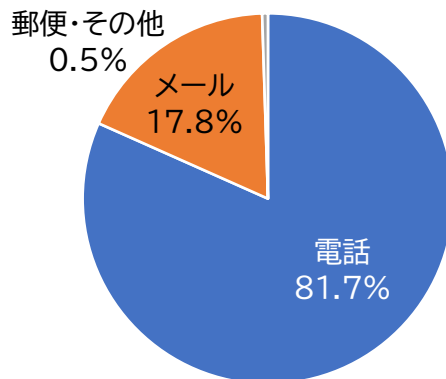
日本ハム(株)お客様相談窓口受付状況(2025年4月～2026年3月)

【1】年間受付件数・構成比

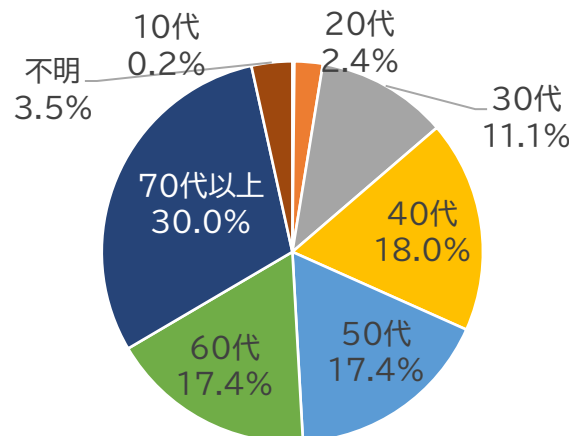
区分	件数	前年比
総件数	13,577件	88.2%
お問合せ・他	10,174件	84.8%
ご指摘	3,403件	100.3%



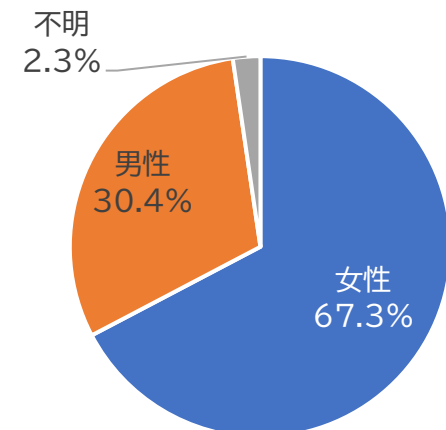
【2】受付手段構成比



【3】年齢構成比



【4】男女構成比



お客様の声を活用しての商品・サービスの改善

改善開発会議

お客様相談窓口が受け付けた「お客様のご要望・ご意見」をよりよい商品・サービスの開発・改善に活かすため、月1回「改善開発会議」を開催しています。会議には商品開発部門・品質保証部門・お客様志向推進部の責任者が出席し、改善提案事例について多面的に検証を行います。改善の合意を得た内容は速やかに製造部門へフィードバックし、改善・改良に繋げていきます。

商品改善事例のご紹介

《お客様からのお問合せ》

あけ口が小さくて、開けるのが難しい。食事を作る
ときに、開けづらくてイライラしてしまいます。

中華名菜® 八宝菜



《商品改善》

あけ口の形状を見直し、掴みやすく開けやすい
デザインに変更しました！



改善前



改善後



《詳細はこちらから》 [改善事例のご紹介](#)

社外モニター制度を活用しての商品・サービスの改善

食の未来委員会とファミリー会

ニッポンハムグループ独自の消費者モニター制度は、1969年にお客様の代表として、主婦を日本ハム㈱の「重役」として迎え、その声を商品開発に活かす目的で「奥様重役会」として始まり、2022年より「食の未来委員会」へと名称変更し、性別・年齢問わず、商品に対するご意見のほか、食の未来への課題などについてご意見をいただいています。

食の未来委員会や奥様重役会の卒業生で構成される「日本ハムファミリー会」には、約820名の会員が在籍しており、食に関する勉強会の実施、ニッポンハムグループに対する意見・提言をいただくなど、精力的な活動を行っています。また、ファミリー会会員やご家族にも協力いただき、アンケート、ホームユーステスト、グループインタビュー、画像調査などの実施を通し、消費者と企業の双方向コミュニケーションを推進しています。



食の未来委員会 活動の様子



食の未来委員会 調理検証の様子

《詳細はこちらから》 [食の未来委員会 2025年度活動実績](#)

SNSを活用した施設・サービスの改良・改善

(株)ファイターズ スポーツ&エンターテイメント



たんぱく質を、もっと自由に。

Nipponham Group Vision 2030

#聞いてよFビレッジおじさん

「北海道ボールパーク Fビレッジ」では、Fビレッジをより快適で楽しめる空間にしていくために、SNS(X)に公式目安箱アカウントを作成し「#聞いてよFビレッジおじさん」でお客様のご要望を聞いています。寄せられたご要望やスタッフ等の声を、施設やサービスの改良・改善につなげています。



対応事例のご紹介

2025年2月17日
お客様より

Sec.126 4列5番のイスがちょっと壊れてました。(隣と比べると、曲がっちゃいけないところまで折れてる) 大丈夫だとは思いますが、念の為確認お願いします。

2025年2月19日
Fビレッジおじさん

ご指摘ありがとうございます。担当がパーツを交換いたしました！椅子のご利用には影響ないとのことですが、またお気づきの点があればご連絡ください<(_)>

《詳細はこちらから》 [Fビレッジおじさん](#)

お客様対応方針 2

お客様視点で考え行動する組織風土・意識を醸成します

経営層向け勉強会 *2025年度は未実施、2026年度再開予定

年に一度、日本ハム㈱役員、ニッポンハムグループ各社社長・新任役員向けに、ニッポンハムグループの消費者志向経営推進のための勉強会を実施しています。

勉強会では、お客様から寄せられた声(録音)を聴き、「お客様が私たちの商品・サービスを通して何を感じているか」を体感しています。「お客様視点が私たちの仕事の出発点」であることを再認識することで、ニッポンハムグループ従業員の具体的なアクションに繋げていきます。



オンラインでの勉強会実施の様子

製造部署の従業員向け活動

半期に一度、ニッポンハムグループの主に製造部署の従業員向けに、朝礼や研修でお客様から寄せられた声(録音)を聴く活動を行っています。2025年度は26の事業所、のべ12,000人以上の従業員が参加しました。

「商品の先にお客様がいらっしゃること」を実感し、お叱りやご不満の声は、一層の気の引き締めや、作業工程の改善などに活かされています。また、お褒めの声は大きな励みとして、お客様に喜んでいただけるより良い商品づくりや、従業員のモチベーションアップに繋がっています。



工場での集合研修にて

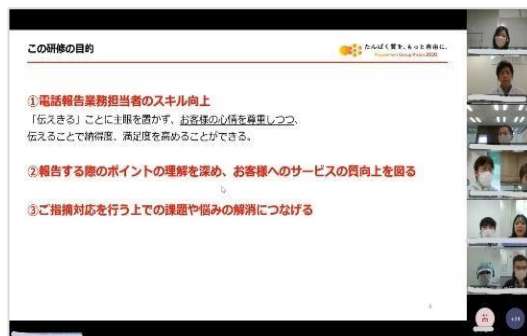


東京支社にて

従業員のスキルアップ研修

電話対応研修

ニッポンハムグループ各社の従業員の対応品質向上を目指して、グループ各社向けに「電話対応研修」を実施しています。研修では、電話対応の基本的な言葉遣いのみではなく、お客様との信頼関係を深めるにはどうしたらよいかも学んでいます。



カスタマーハラスメント研修

従業員が心身ともに健康で働きやすい環境を整えることが、持続的にお客様に高品質な商品・サービスを提供する基盤であるという考えのもと、2025年6月「カスタマーハラスメントに対する基本方針」を策定し、ニッポンハムグループ各社の従業員に対し勉強会(e-ラーニング)を実施しました。受講者数約7,000名(2025年度)。

カスハラと考えられる行為

ニッポンハムグループ「カスタマーハラスメントに対する基本方針」における

【カスタマーハラスメントと考えられる行為】

主な行為	行為例
拘束的な言動	●長時間の電話、何度も同じ説明を要求するなど、長時間に渡る拘束 ●不遇、居座り、施設内に無断に立ち入る行為
身体的、精神的な攻撃	●恫喝・暴言・罵声・セクハラに該当する言動、侮辱的・差別的な発言等、人格否定につながる行為
継続的、執拗な言動	●同じ要望や執拗な申し出、度重なる電話やメール等の連絡、複数回のクレーム ●執拗に言葉尻を捉え、揚げ足を取るなど、著しく業務に支障を及ぼす行為
威圧的、脅迫的な言動	●恫喝・罵声・暴言・土下座の要求等の言動 ●マスコミやSNS等への暴露ならびに反社会的勢力とのつながりなどをほめかした脅し
プライバシーの侵害や、名誉棄損にあたる言動	●従業員のプライバシーを侵害する行為 ●従業員を無断で撮影、録画、録音する行為 ●インターネット上の書き込み、SNS等における投稿により、会社の信用や従業員の名誉を毀損させる行為
正当な理由のない要求	●正当な理由のない過度な商品やサービス、金銭、特別扱いの要求 ●正当な理由のない謝罪の要求 ●正当な理由なくお客様の自宅等への訪問や、社会通念上に照らして逸脱した時間での対応を求める行為
その他の不適切な言動	●従業員を保護する観点から悪質性が高いと判断する言動

出典：ニッポンハムグループ「カスタマーハラスメントに対する基本方針」 | お客様相談窓口 | 日本ハム株式会社

お客様の声の共有

お客様サービス室に入るお客様の声は、様々な形で、ニッポンハムグループ内で共有しています。

お客様の声 日報

お客様サービス室に寄せられるお客様の声は、日本ハム(株)全取締役、グループ全社長、各部門責任者、品質保証担当者、商品開発担当者等に、毎日メールにて配信しています。

お客様の声 週次レポート

一週間単位でお客様の声を集約し、いただいたご意見・ご要望を精査した上で、関係部署に配信、連携しています。

社内報、ポータルサイト

お客様の声を広く従業員へ伝えるため、ニッポンハムグループ各社の従業員に向けて様々な媒体を通じ定期的に発信しています。商品開発・管理に関わる従業員だけでなく、間接部門やメールアドレスを持たない従業員に向けてもお客様の声が届くような工夫を心がけています。



社内報(月刊誌)



お客様対応方針 3

お客様にとって役立つ情報を積極的に提供します

主要商品の商品情報の開示(ホームページ)

- ・家庭用のハム・ソーセージ、加工食品に使用している主な原料の原産地をお問合せの多い商品から順次ホームページにて案内しています。
- ・商品特徴、栄養成分、アレルギー等の情報についても、ホームページにてご確認ください。
- ・パッケージに製造工場の記載がない場合は、賞味期限枠内の製造所固有記号にて確認できるよう、ホームページに一覧表を掲載しています。

シャウエッセン®



製造工場	● 日本ハム北海道ファクトリー（株）旭川工場（北海道旭川市） ● 日本ハムファクトリー（株）茨城工場（茨城県筑西市） ● 日本ハムファクトリー（株）兵庫工場（兵庫県小野市） ● 日本ハムファクトリー（株）静岡工場（静岡県榛原郡吉田町） ● 協同食品（株）（香川県坂出市）
原料原産地	● 豚肉（アメリカ、チリ、メキシコ、ブラジル、デンマーク、アイルランド、ポルトガル、スペイン、カナダ、日本） ● 豚脂肪（カナダ、アメリカ、メキシコ、日本、フランス）

製造所固有記号

記号	工場名	所在地
A1	日本ハムファクトリー（株）徳島工場	徳島県西部石井町
B1	日本ハム食品（株）桑名プラント	三重県桑名郡水戸町
C1	日本ハム食品（株）関東プラント	茨城県常総市
D1	日本ハムファクトリー（株）静岡工場	静岡県榛原郡吉田町
E1	南日本ハム（株）	富山県白山市
F3	日本ハム北海道ファクトリー（株）旭川工場	北海道旭川市
G1	日本ハム食品（株）関西プラント	兵庫県小野市
H1	日本ハムファクトリー（株）兵庫工場	兵庫県小野市
I1	日本ハム（株）徳島プラント	長崎県諫早市
J1	日本ハムファクトリー（株）茨城工場	茨城県筑西市
N1	日本ハムファクトリー（株）長崎工場	長崎県東彼杵郡川棚町
T1	東北日本ハム（株）山形工場	山形県酒田市

アレルギー情報

特定原材料8品目 ●：使用しています 一：使用していません	卵	乳	小麦	そば	落花生	えび	かに	くるみ
特定原材料に準ずるもの（20品目）	—	—	—	—	—	—	—	—
その他	豚肉							

その他・・・製造工程上、網で無分別に捕獲したものをそのまま原料として用いており、どの種類の魚介類が入っているか把握できないため、「魚介類」という表示が認められています。（ただし、以下の食品に限る。たんぱく加水分解物、魚露、魚醤パウダー、魚肉すり身、魚油、魚介エキス）

➤ 食物アレルギーへの取り組みについて

栄養成分・原材料等

栄養成分 ※100gあたり	熱量	325kcal
	たんぱく質	12.4g
	脂質	29.3g
	炭水化物	2.9g
原材料名	食塩相当量	1.9g
	豚肉（輸入、国産）、豚脂肪、糖類（水あめ、ぶどう糖、砂糖）、食塩、香辛料／リン酸塩（Na）、調味料（アミノ酸）、酸化防止剤（ビタミンC）、発色剤（亜硝酸Na）、（一部に豚肉を含む）	
	保存方法	10℃以下で保存してください。
	包装材料	

※商品の仕様およびパッケージは、変更される場合があります。

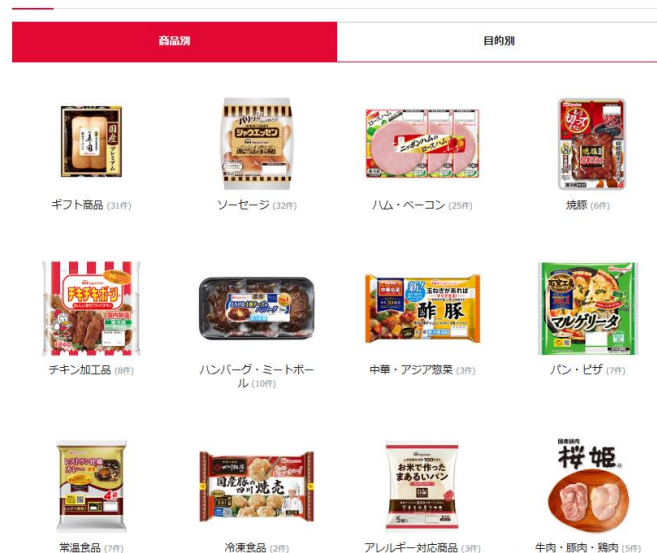
《詳細はこちらから》 [商品情報](#)

よくあるご質問について(ホームページ)

- ・最近よくあるご質問について、ホームページに掲載しています。
- ・ご質問内容を探しやすいよう、商品別・目的別、そしてキーワードで検索できる仕組みにし、ホームページに分かりやすく掲載しています。
- ・より分かりやすく、ちょっとした疑問でもお客様自身が自己解決できることを目指し、実際の画像を交えた回答を掲載しています。

検索画面

ご質問を探す



キーワードから探す

キーワードを入力

検索

※スペースで区切って複数検索が可能です。

掲載例

Q 和風おろしハンバーグのソースに混じって、黒っぽく四角い粒状のものがありますが、何でしょうか？

A こちらの商品のソースは「しいたけ入りのうまみのある和風おろしソース」となっており、黒っぽく四角い粒状のものは、「しいたけ」をカットしたものになります。



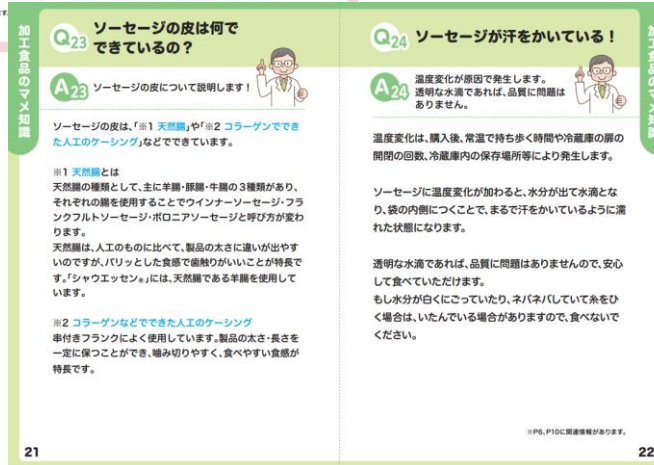
※商品/パッケージはこちらになります。



《詳細はこちらから》 [よくあるご質問](#)

お客様の声を反映した小冊子データの発行

お客様相談窓口などにお客様からいただくお問合せとその回答を Q&A 形式の冊子にまとめました。お客様の「困った！」を解決するべく、店頭・料理教室・工場見学などでお客様にお届けするとともに、ホームページでも公開しています。



《詳細はこちらから》 [加工食品のなるほど！納得！Q&A](#)

お客様対応方針 4

お客様の権利を保護するため、関連法規・企業倫理、
社内の自主基準を遵守します

「個人情報保護方針」について

私ども日本ハム株式会社は、個人情報の重要性を認識し、法令を遵守しつつ、個人情報の取得並びに適正な利用とその管理の徹底に努め、お客様の信頼と社会的使命にお応えできる企業を目指します。

《詳細はこちらから》 [個人情報保護方針](#)

「お客様(消費者)に対する行動基準」について

「ニッポンハムグループグローバル行動基準」の中の「お客様(消費者)に対する行動基準」を周知徹底します。常に自分の家族に食べてもらうときと同じ気持ちで、お客様に満足していただける安全で良質な商品・サービスの提供に努め、「世界で一番の『食べる喜び』をお届けする会社」を目指します。

《詳細はこちらから》 [お客様\(消費者\)に対する行動基準](#)

「カスタマーハラスメントに対する基本方針」について

従業員・お客様の人権が互いに尊重され、持続的にお客様に高品質な商品・サービスを提供できるよう、心身ともに健康で働きやすい環境を整えることが重要であるという考えのもと、2025年6月に策定いたしました。

《詳細はこちらから》 [カスタマーハラスメントに対する基本方針](#)

コンプライアンスの活動

社会の期待の応えるため、2025年度から従来のコンプライアンス活動に職場の働きがいを高める活動を加える取り組みに進化させました。

働きやすさ(自立したコンプライアンス)の活動

各拠点において全従業員を対象にハラスメント防止や職場コミュニケーションの活性化を目的としたハラスメント防止勉強会を開催し、コンプライアンス意識の醸成を図っています。

働きがいの活動

挑戦する組織風土の醸成に加え、自発的にコンプライアンス抑止を行うために、働きがいのある職場に向けた活動を行っています。



(コンプライアンス大会)

勉強会、コミュニケーション推進活動などを通じ、全従業員がコンプライアンスについて考える時間を設けています。



(働きがいリーダー会議)

働きがいのある職場を実現するため、ニッポンハムグループ共通の取組や自組織の課題に沿った活動の検討などを行っています。



お客様対応方針 5

未来へ向けてもっと自由な発想で、たんぱく質の可能性を広げていきます

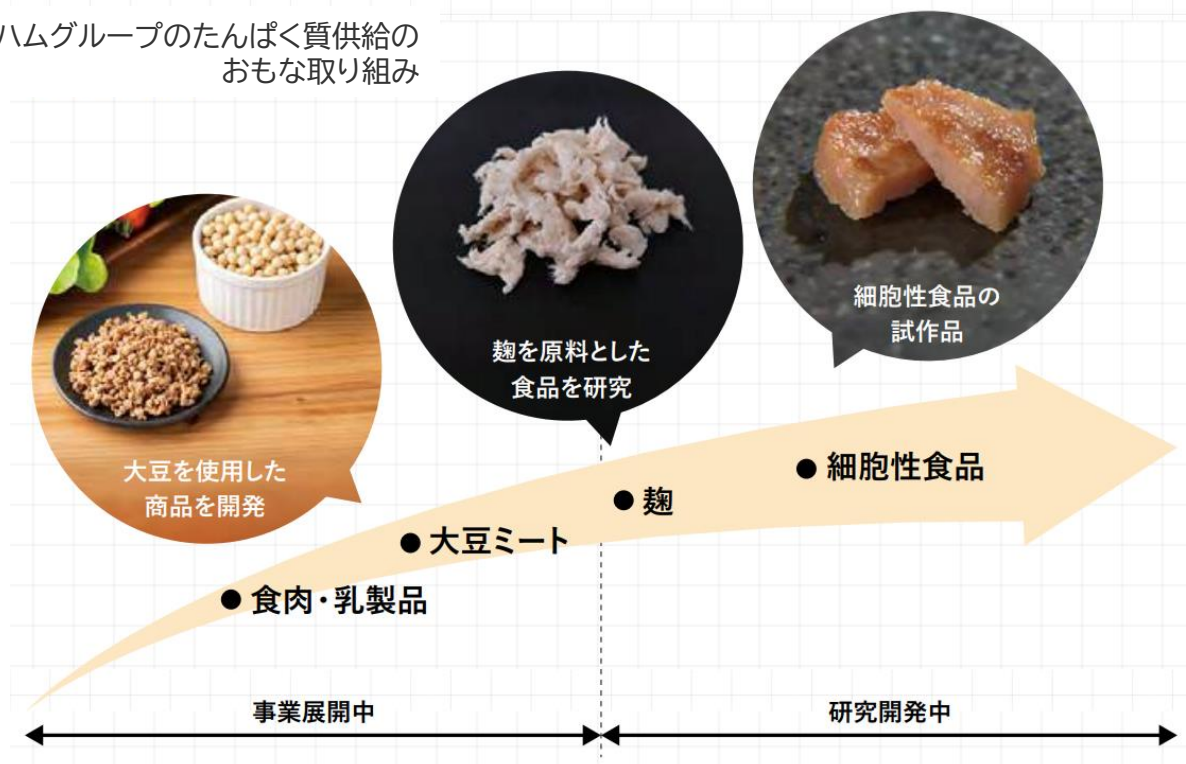
多様なニーズに応じたたんぱく質の提供

麴・細胞性食品を開発

ニッポンハムグループは「日本最大級のたんぱく質供給グループ」として、常識にとらわれない自由な発想で、たんぱく質摂取の多様な選択肢を創造・提供していきます。

例えば、「畑のお肉」とも言われるたんぱく質が豊富な大豆を使用した商品を開発しています。さらに、未来の食用たんぱく質源として、「麴」や「細胞」に着目し、これらの培養生産技術の研究や食品開発を進めています。

ニッポンハムグループのたんぱく質供給の
おもな取り組み



たんぱく質に関する有益な情報の提供

「日ハム式たんぱく質未来マップ」の開設

たんぱく質のこれからをみんなで考えるための情報メディアとして「日ハム式たんぱく質未来マップ」サイトを立ち上げました。このサイトでは、多様なたんぱく質を供給するための取り組みや、食にとどまらないたんぱく質の可能性を広げる研究などについてご紹介しているほか、必要なたんぱく質量をセルフ計算機でチェックできるコンテンツなども掲載しています。



日ハム式たんぱく質未来マップサイト

自分に必要なたんぱく質の量を知ろう。

体重を入力する際は半角数字で入力してください。

• 運動習慣がない場合	体重を入力	Kg × 0.95 g	計算をする	→	000.0 g
• 週1回以上の運動習慣がある場合	体重を入力	Kg × 1.62 g	計算をする	→	000.0 g
• 65歳以上の高齢者の場合	体重を入力	Kg × 1.0 g	計算をする	→	000.0 g

※活動量によって1日に必要なたんぱく質量に10gから20gの幅があります。

必要なたんぱく質量のセルフ計算機

《詳細はこちらから》 [日ハム式たんぱく質未来マップ](#)

多様な食の選択肢の創造

食物アレルギーへの取組

ニッポンハムグループでは、「子どもがアレルギーを持っていて食べられるものがない」という消費者の声を出発点に、食物アレルギー対応商品・食物アレルギー検査キットの開発、国内で唯一の食物アレルギー特化型財団の設立、国内食品業界初の食物アレルギーケアプラットフォームの立ち上げ等、約30年にわたり食物アレルギーケアに取り組んできました。

これからも、食物アレルギーをお持ちの方やそのご家族に寄り添う商品、サービスの提供を目指していきます。



食物アレルギースクリーニング検査キット
「FASTKITエライザVerⅢシリーズ」

国内食品業界初の食物アレルギーケアプラットフォーム「Table for All」



特定原材料8品目(卵・乳・小麦・そば・落花生・えび・かに・くるみ)不使用
「みんなの食卓」シリーズ



国内で唯一の食物アレルギー特化型財団
「公益財団法人ニッポンハム食の未来財団」

《詳細はこちらから》
[Table for All](#)